

**Strategi Pengembangan Produk Unit Produksi Boga Melalui  
Diversifikasi Kue Kering Sebagai Upaya Mengantisipasi Kejenuhan  
Pasar**

Oleh : Kokom Komariah

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan 1) menentukan strategi pengembangan produk pada di unit produksi melalui deversifikasi produk. 2) menemukan jenis-jenis produk kue kering yang dapat distandarisasi.

Penelitian ini menggunakan prosedur *Research and Development* dengan tahap-tahap penelitian (1) Pengembangan gagasan, (2) penyaringan gagasan, (3) pengembangan dan uji konsep, (4) analisis bisnis, (5) pengembangan dan uji produk, (6) perumusan produk. dan (7) pelaporan. Tempat penelitian dilaksanakan di Laboratorium Boga. Sumberdata yang dilibatkan adalah dosen ahli dalam pengolahan kue. Objek penelitian adalah resep dan formula cookies, Metode pengumpul data menggunakan kualitatif dan kuantitatif. Data kuantitatif dilakukan dengan menghitung hasil uji organoleptik oleh 30 panelis terlatih. Analisis data menggunakan statistic deskriptif , dan analisis perhitungan harga jual..

Hasil penelitian menunjukkan strategi pengembangan produk terdiri dari 7 tahapan, telah berhasil menentukan jenis-jenis produk kue unggulan yang siap diimplementasikan yaitu (1) *Sesame Wonder Stik Cookies* (kue kering wijen, (2) dan *Havermout Honey Cookies*. (kue kering havermout madu), dan Havermout *White Cocolate Cookies* ( kue kering havermout coklat putih). Berdasarkan perhitungan biaya harga jual produk masing-masing Rp 31.000,-/kg , Rp 41.500,-/kg dan Rp 39.500,-/kg. Hasil uji produk dapat diketahui bahwa ketiga produk ada dalam kategori disukai, dengan rata-rata nilai 2,148 ( produk 1) 2,114 (produk 2) dan 2,154 (produk 3)

Kata kunci : Strategi pengembangan produk, kue kering

## Pendahuluan

Masyarakat dewasa ini mengalami perubahan yang sangat cepat dan kompleks, karena kemajuan ilmu dan teknologi. Perubahan menyeluruh terjadi hampir pada semua aspek kehidupan. Pasar kerja berubah drastis, baik yang disebabkan pengaruh informasi maupun teknologi global. Perubahan yang begitu cepat membawa dampak terhadap tuntutan masyarakat. Dampak perubahan tersebut menuntut adanya perubahan dalam pola dan strategi pengelolaan kelembagaan yang lebih sesuai, sehingga dapat memberikan respon yang tepat terhadap tantangan yang ada.

Demikian halnya yang terjadi dalam pada pengelolaan Unit Produksi Boga dibutuhkan usaha dalam rangka mengembangkannya. Tuntunan pengembangan produk serta mutunya sangat dibutuhkan. Pengembangan produk (*product development*), pada dasarnya adalah upaya perusahaan untuk senantiasa menciptakan produk baru, memperbaiki produk lama agar dapat memenuhi tuntutan pasar dan selera pelanggan. Keinginan untuk melakukan pengembangan produk dan jasa pelayanan sangat tergantung pada strategi bisnis yang dapat diterapkan untuk pengembangan produk dan jasa, yaitu strategi biaya rendah, (*low cost*), strategi segmentasi pasar (*market segmentation*) dan strategi *product differentiation*. Apapun strategi bisnis yang dimiliki oleh industri, pengembangan produk sangat diperlukan.

Unit produksi sebagai suatu usaha yang dapat mengembangkan *income generating*, bisa mencapai tujuannya apabila selalu berusaha untuk memberikan produk dan jasa pelayanannya sesuai dengan keinginan pelanggan. Tuntutan dan keinginan pelanggan selalu berkembang sejalan dengan perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi dan informasi, karena itu mengembangkan produk, termasuk di dalamnya diversifikasi produk merupakan tantangan tersendiri yang harus diupayakan. Pelanggan membutuhkan produk yang senantiasa baru dan spesifik. Untuk mewujudkan

hal tersebut diperlukan inovasi yang terus menerus sehingga unit produksi sebagai usaha akan terus hidup dan berkembang.

Kue kering merupakan salah satu produk andalan unit produksi boga, walau produksinya tidak dilakukan setiap hari, namun bisa dipastikan pada bulan-bulan tertentu khususnya menjelang lebaran, natal dan tahun baru permintaan selalu melonjak.

Sampai saat ini produk yang ada yaitu kue semprit, kue jahe, nastar, dan kastengel masih dibutuhkan konsumen, namun produk-produk tersebut sudah lebih dari sepuluh tahun yang lalu tidak mengalami perubahan. Keadaan ini kalau tidak diantisipasi lambat laun akan mengalami kejenuhan dan akan mengalami penurunan dan bahkan tidak mampu melakukan produksi lagi, karena kalah bersaing dengan produk-produk di luar.

Diversifikasi produk merupakan salah satu cara dari pengembangan produk yang mendesak untuk dilakukan. Cepatnya perubahan selera pelanggan, dan makin pendeknya usia suatu produk, mempercepat kejenuhan pasar. Pengembangan produk merupakan hal yang paling penting dilakukan karena peluang yang dimiliki oleh produk baru seringkali menakutkan. Perubahan pasar, teknologi dan informasi serta faktor-faktor lainnya selalu menciptakan kecenderungan baru dalam pengembangan produk dan jasa, serta menjadi penentu yang sangat besar terhadap jenis dan keragaman produk dan jasa.

Berdasarkan permasalahan di atas, maka perlu dipertanyakan bagaimana strategi pengembangan produk unit produksi boga melalui deverifikasi kue kering, dan bagaimana jenis-jenis produk kue kering yang dapat distandarisi, sebagai produk alternative yang dapat diimplementasikan di Unit Produksi.

Unit produksi adalah suatu usaha yang berada di lingkungan sekolah atau perguruan tinggi, yang dapat dikatakan sebagai miniatur perusahaan. Unit produksi dianggap sebagai miniatur perusahaan karena mempunyai beberapa kesamaan dengan perusahaan, antara lain memiliki struktur organisasi, visi, misi, manajemen usaha maupun strategi.

Keberadaan unit produksi di Perguruan Tinggi memberikan kesempatan pada peserta didik untuk melaksanakan kegiatan usaha menghasilkan produk yang bernilai ekonomis. Sebagaimana suatu usaha yang berorientasi profit maka unit produksi harus mampu bersaing dengan usaha-usaha lain yang ada disekitarnya.

Pendirian unit produksi di Perguruan Tinggi tidaklah mudah. Apalagi jika pendirian tidak semata-mata hanya keberadaan secara fisik saja tetapi juga kebermaknaan dan keberlangsungan sebagai suatu usaha yang mampu memberikan kontribusi terhadap sekolah atau kampus. Menyelenggarakan suatu unit produksi di tengah persaingan bisnis yang ketat seperti sekarang ini juga tidak mudah, terlebih lagi sekolah/kampus kesehariannya saja sudah cukup disibukkan dengan kegiatan belajar mengajar yang padat.

Selaras dengan konsep Direktorat Pendidikan Menengah Kejuruan (1997) unit produksi merupakan suatu proses kegiatan usaha yang dilakukan di dalam sekolah yang bersifat bisnis (*profit oriented*) dengan para pelaku warga sekolah, mengoptimalkan sumber daya sekolah dan lingkungan, dalam berbagai bentuk usaha sesuai dengan kemampuan yang dikelola secara profesional.

Sesuai dengan pendapat tersebut Subijanto (2004: 3) mengemukakan pula bahwa unit produksi mempunyai kedudukan utama sebagai badan usaha milik sekolah yang bernuansa bisnis (*profit oriented*). Lebih lanjut Slamet PH (1998) menyatakan unit produksi sebagai bagian dari pengembangan praktek yang difokuskan pada produksi barang dan

jasa atau pesanan dari masyarakat sekitar. Sesuai dengan beberapa pendapat di atas dapat diambil suatu simpulan bahwa unit produksi pada dasarnya merupakan wahana memperoleh pengalaman nyata belajar dan berbisnis.

Unit produksi sebagai suatu bisnis yang berorientasi profit jelas diharapkan dari aspek ekonomi akan mampu memberikan kontribusi yang lebih menonjol, namun demikian tidak berarti aspek yang lain terabaikan. Penyelenggaraan unit produksi dapat memberikan kontribusi dari aspek edukatif, ekonomi dan sosial. Dari aspek edukatif dapat meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan siswa dan guru dalam memproduksi, melatih warga sekolah untuk berjiwa wirausaha, menambah pengalaman kerja dan mengembangkan kecakapan kerja yang efektif pada peserta didik sebelum terjun pada industri sebenarnya. Aspek ekonomi, yaitu dapat digunakan sebagai dana kesejahteraan, misalnya dapat digunakan untuk membeli peralatan baru, biaya perawatan dan perbaikan peralatan, menambah biaya jika ada kegiatan di sekolah atau kampus serta dana peningkatan sumber daya manusia dan meningkatkan kesejahteraan warga sekolah atau kampus. Aspek sosial dari unit produksi adalah dapat meningkatkan rasa kebersamaan dan rasa tanggung jawab di antara warga sekolah/kampus.

## **B. Strategi Pengembangan Produk Unit Produksi**

Setiap perusahaan harus selalu mengembangkan produk baru. Produk pengganti harus diciptakan untuk mempertahankan atau membangun penjualan. Selain membangun penjualan pelanggan juga menginginkan produk baru dan para pesaing akan berusaha keras untuk memenuhinya. Suatu perusahaan dapat menambah produk baru melalui

pengembangan produk. Pengembangan produk baru dapat dilakukan melalui dua cara yaitu : (1) mengembangkan produk baru di laboratorium sendiri atau, (2) membuat kontrak dengan peneliti independen atau perusahaan pengembangan produk baru untuk mengembangkan produk khusus bagi perusahaan. (Philip Kotler, 1997-273).

Adanya tingkat persaingan yang sangat ketat saat ini, perusahaan yang tidak mengembangkan produk baru akan menghadapi resiko yang sangat besar. Produk yang telah ada sangat rentan terhadap perubahan kebutuhan dan selera konsumen, teknologi baru, siklus hidup produk yang lebih singkat dan meningkatnya persaingan.

Beberapa kecenderungan yang mungkin terjadi di bidang pengembangan produk seiring dengan adanya beberapa kecenderungan akibat globalisasi, yaitu: (1) Proses pengembangan produk yang lebih baik, lebih canggih, lebih berkualitas, lebih murah dibandingkan dengan produk sebelumnya akibat dari perubahan teknologi yang sangat cepat, (2) Perubahan produk dituntut untuk menjadi unggulan baik dalam arti komparatif maupun kompetitif.

Kecenderungan tersebut perlu diantisipasi dalam melakukan strategi pengembangan produk yang melihat perspektif secara keseluruhan, baik dalam hal fasilitas produksi, sumberdaya manusia, desain produk, teknologi proses, efisiensi, produktifitas, kapasitas, kecepatan respon maupun fleksibilitas. Dalam menetapkan dan menyusun strategi pengembangan produk, produsen dihadapkan pada beberapa tantangan antara lain: (1) makin terbatasnya gagasan tentang produk baru. Cepatnya perubahan tuntutan pasar tidak selalu dapat diimbangi dengan munculnya gagasan untuk menciptakan produk baru, (2) Pasar yang makin terkotak-kotak (*fragmented markets*). Persaingan yang semakin tajam mengakibatkan pasar yang semakin sempit, (3) Produk baru lebih dituntut untuk memenuhi persyaratan keamanan konsumen

dan lingkungan hidup, (4) Mahalnya proses pengembangan produk, (5) Usia produk yang seakin singkat. (Philip Kotler, 1997: 274)

Upaya mengatasi tantangan serta mencegah kemungkinan terjadinya kegagalan, strategi pengembangan produk dan pelayanan harus dirumuskan sejalan dengan strategi pemasaran perusahaan jangka panjang dan bukan keputusan yang impulsive atau mendadak. Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan dengan dukungan yang optimal dari sumberdaya yang dimiliki. Empat macam pendekatan yang dapat ditempuh dalam menetapkan strategi pengembangan produk adalah (1) Membuat satu atau beberapa produk baru. (2) Membuat model baru dari produk lama atau menyempurnakan produk lama sehingga bentuk/penampilannya lebih menarik dan baik mutunya. (3) Menambah citra dan manfaat produk dan (4) Diversifikasi produk. (Pendidikan Manajemen Multimedia, 2000)

Strategi pengembangan produk dapat dilaksanakan melalui beberapa tahapan yaitu:

1. Pemunculan gagasan; dimulai dari pencarian gagasan dan pada tahap ini harus mendefinisikan produk dan pasar yang ingin ditekankan dan harus menyatakan tujuan produk baru tersebut. Gagasan produk baru dapat diperoleh dari beberapa sumber antara lain: pelanggan, pegawai, ilmuwan, pesaing, saluran pemasaran ataupun dari manajemen sendiri.
2. Penyaringan gagasan; banyak gagasan yang bisa diambil yaitu dengan mengorganisasikan secara baik. Selanjutnya gagasan-gagasan ditelaah untuk mendapatkan gagasan yang baik dan sesuai dengan yang diharapkan.
3. Pengembangan dan pengujian konsep; gagasan yang menarik selanjutnya disempurnakan menjadi konsep produk yang dapat diuji.

Pada tahap ini kita bisa membedakan antara gagasan produk, konsep produk dan citra produk.

4. Pengembangan strategi pemasaran; setelah pengujian langkah selanjutnya adalah mengembangkan suatu rencana awal strategi pemasaran untuk memperkenalkan produk baru ke pasar. Strategi pemasaran akan mengalami penyempurnaan lebih lanjut pada tahap berikutnya.
5. Analisis bisnis; setelah mengembangkan konsep produk dan strategi pemasaran, selanjutnya dapat mengevaluasi daya tarik bisnis. Diperlukan banyak proyeksi penjualan, biaya dan laba untuk menentukan apakah sudah sesuai dengan tujuan. Jika memenuhi dapat dilanjutkan ke tahap pengembangan produk.
6. Pengembangan produk; jika konsep produk dapat melewati uji bisnis maka selanjutnya dikembangkan menjadi suatu produk fisik.
7. Pengujian pasar; setelah kinerja fungsional dan psikologis produk sesuai yang diharapkan, produk siap untuk didandani dengan merek, kemasan dan program pemasaran awal. Tujuannya untuk menguji produk dalam lingkungan konsumen yang nyata dan untuk mempelajari seberapa besar pasar itu dan bagaimana konsumen dan penyalur bereaksi untuk menangani, menggunakan dan membeli kembali produk aktual.
8. Komersialisasi; pengujian pasar kemungkinan memberikan cukup informasi untuk memutuskan dapat tidaknya meluncurkan produk baru itu. Jika perusahaan meneruskan dengan komersialisasi akan membutuhkan biaya yang besar. (Philip Kotler, 1997:277-295).

Pada umumnya setiap produk tidak terkecuali dalam hal ini produk kue mengalami perkembangan lewat daur hidup (*product life cycle*) yang terdiri dari empat tingkatan yaitu : (1) perkembangan (*introduction*), (2) pertumbuhan (*growth*), (3) kedewasaan (*maturity*) dan (4) kemunduran



(*decline*) (Basu Swasta dan Irawan, 2003:181). Bila dilihat dari daur hidup yang dilalui produk kue kering yang ada di unit produksi sekarang ini berada pada tahap kedewasaan, menuju kemunduran, karena pasar mulai jenuh dan juga karena persaingan semakin ketat.

### **C. Kue Kering (*cookies*)**

Kue kering (*cookies*) adalah cake dalam bentuk kecil (*small cake*). Kue kering sangat bervariasi dalam hal rasa, bentuk, ukuran, aroma dan tekstur. Ada yang *crispy*, lembut, ringan, agak keras dan sebagainya. Pembuatan kue kering memerlukan ketelitian dalam penimbangan dan sesedikit mungkin dalam menangani adonan, atau jangan menggunakan tangan dalam mengaduk adonan, agar gluten yang ada pada tepung tidak mengembang. Bahan-bahan yang digunakan untuk membuat kue kering terdiri dari tepung, gula, lemak, telur, dan bahan-bahan tambahan baik sebagai isi maupun hiasan (*decorating*).

#### **1. Bahan Dasar Pembuatan Cookies :**

##### **a. Margarine**

Margarine disebut juga dengan deo margarine, *butterine*. Margarine dibuat dari minyak tumbuh-tumbuhan dengan cream, susu yang dijernhkan, kemudian diaduk diberi bahan perasa dan pewarna. Campuran ini kemudian dipisahkan, didinginkan, kemudian dikemas. Minyak tumbuh-tumbuhan yang digunakan antara lain minyak kelapa, minyak biji bunga matahari, minyak kapas atau biji kedelai. Pada proses pembuatan margarine biasanya ditambahkan vitamin A dan vitamin D. Margarine dapat dipakai sebagai pengganti butter, hanya saja

mempunyai bau/aroma dan rasa yang agak berbeda dengan butter, dan fungsi dari margarine yaitu dapat memberikan aroma pada adonan. (Siti Hamidah, 1996:52). Dilihat dari komposisi bahan makanan kadar gizi pada margarine adalah 207 Kkal. 4,0 gr protein, 12,5 gr lemak, 20,6 gr KH, 123 Calsium, 99 Foshfor, 1,1 mg besi, 520 SI Vitamin A, 0,04 mg Vitamin B. 1 mg vitamin C dan 62, 1 g air.

#### **b. Gula**

Gula merupakan salah satu bahan utama dalam pembuatan cookies. Dalam pembuatan cookies biasanya digunakan gula halus. Dilihat dari komposisi bahan makanan kadar nutrisi gula terdiri dari 346 Kkal. 0 gr protein, 0 gr lemak, 94,0 KH, 5 mg Calsium, 99 mg Foshfor, 0,1 mg besi, 0 SI Vitamin A, 0 mg Vitamin B. 0 mg vitamin C dan 5,4 g air.

#### **c. Telur.**

Telur merupakan bahan makanan yang mempunyai nilai gizi tinggi. Telur yang banyak digunakan untuk pembuatan kue kering adalah telur ayam. Telur dapat mengikat adonan, apabila penggunaan telur terlalu banyak, maka kue kering akan mengembang dan kurang renyah. Kuning telur bisa memberi warna dan rasa yang lebih enak pada produk cookies, dan putih telur yang terlalu banyak menyebabkan kue menjadi keras. Kandungan gizi telur dari 162 Kkal.12,8 gr protein, 11,5 gr lemak,0,7 KH, 54 mg Calsium, 180 mg Foshfor, 2,7 mg besi,900 SI Vitamin A, 0,10 mg Vitamin B. 0 mg vitamin C dan 74,0 g air.

#### **d. Terigu**

Terigu merupakan bahan untuk membentuk susunan adonan . Tepung yang digunakan jenis *soft flour* dengan kandungan protein tepung 8-10%. Penggunaan tepung ini menghasilkan kue kering yang

baik, merata dan empuk. Penggunaan tepung yang kadar protein tinggi memerlukan tambahan lemak lebih banyak. Kandungan gizi pada tepung terigu adalah dari 365 Kkal. 8,9 gr protein 1,3 gr lemak 77,3 KH 16 mg Calcium 106 mg Fosfor 1,2 mg besi 0 SI Vitamin A 0,12 mg Vitamin B. 0 mg vitamin C dan 12,0 g air.

## 2. Metode Pembuatan Cookies

Ada tiga metode yang dapat digunakan yaitu: (1) satu tahap (*one stage*), (2) membuat krim (*creaming*) dan (3) Busa (*sponge*). (Gisslen 1983). Metode satu tahap banyak digunakan karena lebih mudah. Hampir semua kue kering dapat menggunakan metode ini. Prosedur kerjanya setelah semua bahan ditimbang, semua bahan diletakkan dalam mixer, campur dengan kecepatan rendah sampai tercampur merata, bersihkan adonan yang menempel pada pada sisi wadah.

Metode *creaming* prosedur kerjanya sebagai berikut: (1) timbang semua bahan, (2) letakkan gula dan lemak, garam dan pengaroma pada wadah, (3) *creaming* dengan kecepatan rendah sampai lembut, (4) tambahkan telur, bahan cair, kocok lagi dengan kecepatan rendah, (5) masukkan tepung dan bahan pengembang yang telah disaring, (5) aduk dengan sendok kayu sampai mendapatkan adonan yang homogen.

Metode busa (*sponge method*) biasanya memiliki persentase putih telur lebih besar. Prosedur pembuatannya sebagai berikut (1) timbang semua bahan dengan tepat, (2) kocok telur dengan gula sampai pada tahap tertentu, (3) masukkan sisa bahan.

## 3. Karakteristik Kue Kering

Variasi kue kering sangat banyak, baik bentuk, ukuran, aroma, tekstur maupun penampilannya. Jenis kue kering ada yang krispi, lembut ada juga yang menghendaki ringan. Karakteristik kue kering yang renyah

bisa dicapai (1) bila bahan cair yang digunakan sedikit (2) adonan kental (3) kandungan gula dan lemak tinggi (4) penguapan bahan cair waktu di oven, (5) ukuran yang kecil dan bentuk yang tipis, (6) disimpan dalam wadah tertutup.

Karakteristik kue kering yang lunak dapat dicapai dengan (1) bahan cair yang tinggi proporsinya, (2) kandungan gula dan lemak rendah, (3) ada kandungan bahan seperti madu atau sirup, (4) dibakar dalam suhu yang rendah, (5) ukuran besar dan tebal, (6) simpan dalam keadaan tertutup.

#### **4. Teknik pembentukkan kue kering**

##### *a. Dropped Cookies*

Dibuat dari adonan atau butter yang ringan dan lembut. Adonan ini mudah dibentuk. Kue kering yang dibuat dengan metode sponge umumnya diselesaikan dengan cara seperti ini. Prosedur kerjanya taruh kue di atas Loyang yang telah diolesi mentega dengan jarak yang cukup, karena kue kering ini akan melebar. Contoh kue kering yang dikerjakan dengan cara ini adalah kue jahe, *cinnamon*, kue kacang dan *meringue*.

##### *b. Bagged Cookies*

Disebut juga *pressed cookies*, biasanya dibuat dari adonan yang lunak, tetapi tidak lembek. Adonan harus cukup lembut dan dapat disemprotkan melalui kantong pastry.

##### *c. Rolled Cookies*

Kue kering ini diselesaikan dengan cara digulung kecil, kemudian dipotong dengan pisau atau pemotong kue kering. Ada juga yang dicetak dengan cetakan kayu. Atur pada loyang. Untuk menjaga kue tidak

lengket pisau bisa ditutupi dengan plastik. Kue ini membutuhkan penanganan khusus sehingga jarang diproduksi secara masal.

d. *Molded Cookies*

Molded cookies dibentuk dengan tangan tidak menggunakan cetakan, kemudian dipotong dengan pisau. Adonan ini harus agak lembek agar mudah digulung dan dipotong-potong. Ragam kue ini misalnya kastengel dan nastar.

e. *Ice Box Cookies*

Merupakan kue kering yang krispi dan tipis, karena dibuat dari adonan yang tinggi lemak dan telah disimpan beberapa saat di lemari pendingin. Adonan cookies yang telah selesai dibuat, kemudian digulung, dibungkus dengan kertas minyak, masukkan lemari pendingin atau keraskan dengan potongan-potongan es. Sebelum dibakar, dipotong dengan pisau yang tajam.

f. *Bar Cookies*

Kue kering ini dicetak dalam loyang yang lebar, kemudian dibakar samapai matang. Setelah matang diangkat kemudian panas-panas langsung dipotong.

## **METODE PENELITIAN**

### **A. Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan prosedur *Research and Development (R & D)*. Tahap-tahap yang dilakukan dalam penelitian meliputi:

1. Pengembangan gagasan

Pada tahap ini terlebih dahulu dilakukan identifikasi dan pengembangan gagasan yang dilakukan secara sistematis, sehingga dapat dihindari gagasan yang tidak relevan dan tidak realistis.

## 2. Penyaringan gagasan

Tujuan dari penyaringan gagasan adalah untuk mengurangi gagasan yang ada agar benar-benar dapat diwujudkan, sesuai dengan kebijakan dan strategi perusahaan. Penyaringan gagasan ditentukan melalui kesepakatan usaha yaitu (1) standar organoleptik yang meliputi rasa, warna, bentuk, penampilan yang disukai oleh panelis. (2) mempunyai keunikan atau ciri khas, artinya produk tidak dijual dipasaran. (3) teknik olah tidak rumit, mengingat akan diproduksi dalam jumlah banyak. dan (4) bahan tersedia di pasaran.

## 3. Pengembangan dan Uji Konsep

Pada tahap ini gagasan yang telah disetujui kemudian dikembangkan menjadi konsep produk. Konsep produk tersebut divalidasi oleh pakar-pakar bidang pastry. Instrumen validasi dikembangkan berdasarkan konsep cookies, karakteristik bahan, proses dan hasil.

## 4. Analisis Biaya

Pada tahap ini dilakukan evaluasi terhadap keseluruhan rencana pengembangan, terutama yang berkaitan dengan kelayakan harga jual. Perhitungan biaya menggunakan metode *mark up* yang bertujuan untuk mengetahui berapa produk yang terjual dengan keuntungan yang kita inginkan. Keuntungan dapat diperoleh dengan adanya kenaikan biaya produk yang dibuat. Kenaikan yang ditemukan seharusnya dapat menutupi biaya tetap, biaya variable dan mencakup laba yang diinginkan.

Rumus harga jual yang digunakan :

Harga jual = Biaya produk + Mark Up

= Biaya produk + (% x Biaya produk)

$$\text{Harga jual} = \frac{\text{Biaya}}{(1 - \% \text{ Mark Up})}$$

Sedang untuk menghitung titik impas menggunakan BEP (*Break Even Point*), dengan menggunakan rumus:

$$\text{TBE (unit)} = \frac{\text{BTT}}{\text{H} - \text{BR}}$$

Keterangan : TBE = Titik Break Even Point

BTT = Biaya tetap total

H = Harga Jual Per Unit

BVR = Biaya variabel rata-rata

Produk yang dihitung harga jualnya adalah yang telah melalui uji konsep.

#### 5. Pengembangan dan Uji Produk

Pada pengujian produk, dilakukan uji organoleptik oleh panelis terlatih sebanyak 30 orang panelis. Produk yang diuji untuk menguji tingkat kesukaan dengan metode *hedonic test* pada sampel yang diujikan berupa (1) *Sesame Wonder Stik Cokies* (kue kering wijen). (2) *Havermout Honey Cokies*. (kue kering havermout madu), dan Havermout *White Cocolate Cokies* (kue kering havermout coklat putih).

Pengujian ini mengkaji tingkat kesukaan panelis terhadap produk yang dihasilkan. Panelis yang diambil adalah dosen Program Studi Boga ditambah beberapa mahasiswa sehingga berjumlah 30 orang. Panelis diminta menilai sampel produk berdasarkan kesenangannya, menurut skala yang nilai yang sudah ditentukan. Kriteria penilaian

menggunakan skala nilai berkisar 1 sampai 4. Kriteria penilaian 1 untuk sangat disukai, nilai 2 disukai, nilai 3 tidak disukai dan nilai 4 sangat tidak disukai.

Produk yang akan diujikan diberi kode sesuai dengan jenis pengujiannya. Sampel dengan kode 221 untuk resep 1, 321 untuk resep 2, dan 421 untuk resep 3. Skopa uji kesukaan meliputi aroma, rasa, warna, tekstur dan bentuk masing-masing sampel produk yang disajikan.

6. Perumusan Produk yang dihasilkan menjadi resep standar, yang siap diimplementasikan. Rumusan produk disajikan secara deskriptif.

## **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

Berdasarkan urutan kegiatan penelitian, tempat penelitian dilaksanakan di Laboratorium Program Studi Teknik Boga, selama 4 bulan.

## **C. Subjek dan Objek Penelitian**

Sumberdata yang dilibatkan adalah dosen ahli dalam pengolahan kue. Sumber ahli yang dilibatkan dalam perancangan dan pembuatan produk adalah ahli dalam bidang pengolahan kue (patiseri). Pembuatan produk tetap berada dalam pengendalian peneliti sebagai perancang produk utama, sedangkan sumber ahli bertindak sebagai konsultan. Objek penelitian adalah resep dan formula cookies yang diambil dari berbagai sumber, yaitu berbagai literature, media cetak maupun elektronik, para praktisi atau tokoh-tokoh kunci yang pernah membuat formula atau produk cookies yang baik.

## **D. Metode dan Instrumen Pengumpul Data**



Data kualitatif dikumpulkan melalui studi literatur, dan diskusi. Data kuantitatif dilakukan dengan menghitung hasil uji organoleptik yang dilakukan panelis terlatih. Data disajikan secara deskriptif.

#### **E. Analisis Data**

Analisis data secara deskriptif kualitatif digunakan untuk menggambarkan pengembangan produk cookies. Untuk menguji produk dilakukan secara deskriptif kuantitatif .

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Penelitian ini menggunakan prosedur *Resarch and Development* (*R & D*). Tahap-tahap yang dilakukan dalam penelitian meliputi: (1) Pengembangan gagasan, (2) penyaringan gagasan, (3) pengembangan dan uji konsep, (4) analisis bisnis, (5) pengembangan dan uji produk, (6) perumusan produk dan (7) pelaporan.

#### **1. Pengembangan Gagasan**

Keprihatinan terhadap adanya kejenuhan pasar di unit produksi menimbulkan gagasan untuk meluncurkan produk baru. Untuk mengembangkan ide tersebut diawali dengan mengidentifikasi jenis-jenis kue yang biasa diproduksi oleh unit produksi. Hasil identifikasi kue-kue yang sudah diolah di unit produksi dapat disajikan sebagai berikut:

**Table 1. Kue kering yang bisa dipesan di Unit Produksi**

<b>No</b>	<b>Nama Kue Kering yang sudah di Produksi</b>	<b>Spesifikasi</b>
-----------	---	--------------------

1.	Kue semprit putih	Produk kue kering yang paling sederhana, adonan dimasukkan dalam pastry bag, di spuit bentuk bunga.
2.	Kue semprit coklat	Sama dengan no 1, hanya adonan diberi bubuk coklat dan coklat pasta.
3.	Kue Jahe	Adonan dengan aroma jahe, dipulung kemudian dibentuk seperti jahe.
4.	Pit Mopen	Adonan dengan aroma dan rasa dan campuran mete. Dicetak, diberi garnish mete .
5.	Kue Kacang	Adonan dengan aroma dan rasa dan campuran kacang tanah, dicetak, diberi garnish kacang tanah.
6.	Havermout Coklat	Adonan dengan campuran havermout, coklat blok, coklat pasta, teknik pembentukan dengan drop cookies
7.	Lidah kucing	Dibuat dari adonan, dengan bahan cair putih telur
8	Nastar	Dibuat dari adonan dengan dengan isi selai nenas bentuk bulat atau menyerupai keranjang.

9	Kastengel	Adonan tanpa gula, dengan campuran keju parut, adonan dipulung dipotong, diberi garnish keju parut.
10	Meringue kisses	Adonan dengan dominasi putih telur yang dikocok sampai kaku,
11	Chocolate chip Cookies	Adonan dengan campuran chocolate chip.

Berdasarkan identifikasi dari produk yang sering dibuat di unit produksi, kemudian digali beberapa alternative resep yang bisa diuji coba untuk dikembangkan.

## 2. Penyaringan gagasan

Tujuan dari penyaringan gagasan adalah untuk mengurangi gagasan yang ada agar benar-benar dapat diwujudkan. sesuai dengan kebijakan dan strategi perusahaan. Karakteristik yang ditetapkan sesuai dengan kebutuhan unit produksi adalah:

- 1) Standar organoleptik (rasa, warna, bentuk, penampilan) disukai oleh panelis.
- 2) Mempunyai keunikan, artinya produk tidak dijual dipasaran.
- 3) Teknik olah tidak rumit, mengingat akan diproduksi dalam jumlah banyak.
- 4) Bahan tersedia di pasaran

Berdasarkan sumber ide dari berbagai literature dan diskusi dengan teman sejawat, maka dilakukan uji coba pembuatan, modifikasi dan pengembangan produk cookies, sehingga akhirnya gagasan mengerucut menjadi beberapa pilihan produk yang akan diuji secara konsep. Pilihan produk tersebut adalah :

- a. *Sesame wonder stick* ( produk 1)
- b. *Havermout Honey Cookies*” (produk 2)
- c. *Havermot White Chocolate Cookies*” (produk 3)

Konsep produk dapat disajikan sebagai berikut:

**Table 2. Konsep 3 buah Produk Hasil Penyaringan gagasan.**

Konsep Produk	Bahan Pokok	Ukuran	%
1. <i>Sesame Wonder Stick Cokies</i>	Tepung	700 gr	100,00
	Margarine	500 gr	71,40
	Telur utuh	2 butir	14,30
	Gula Halus	250 gr	35,70
2. <i>Havermout Honey Cookies</i>	Tepung	550	100,00
	Margarine	275	50,00
	Gula	200	36,36
	Telur	1 butir	9,09
	Kacang sangrai	100 gr	18,18
	Soda kue	½ sdt	0,45
	Garam	½ sdt	0,45
3. <i>Havermot White Chocolate Cookies</i>	Tepung	475	100,00
	Margarine	250	52,63
	Gula	300	63,15
	Coklat putih	200	42,10

	Telur	1 bt	10,52
	Garam	½ sdt	0,52
	Soda kue	½ sdt	0,52
	Springkel ( serbuk gula)	50	10,52

### 3. Pengembangan dan Uji Konsep

Pengembangan dan uji konsep. Pada tahap ini gagasan yang telah disetujui kemudian dikembangkan menjadi konsep produk. Konsep produk tersebut kemudian divalidasi oleh pakar-pakar bidang pastry. Untuk keperluan validasi disediakan instrument yang dikembangkan dari indikator karakteristik cookies dari aspek bahan, komposisi, tekstur, bentuk dan penampilan. Hasil validasi dari 3 ahli bidang pastry dapat dideskripsikan sebagai berikut:

Penggunaan jenis tepung pada ke tiga konsep produk sudah tepat, karena menggunakan tepung dengan kandungan gluten 8-10%. Produk memungkinkan untuk diimplementasikan, karena bisa dicari di pasaran. Beberapa hal yang menjadi cacatan berkaitan dengan penggunaan bahan :

- 1) Pada produk 1: komposisi bahan sudah baik, hanya masih kebanyakan gula, sehingga warna yang dihasilkan menjadi terlalu coklat.
- 2) Pada produk 2 dan 3 : penggunaan telur agak kebanyakan, sehingga hasilnya kurang krispi dan bentuk menjadi terlalu lebar.

Pada ke tiga produk penggunaan bahan utama, bahan tambahan dan *topping* sudah tepat hanya perlu dibuat lebih menarik. Proses pengolahan lebih distandarisasi terutama temperature dan lamanya

pembakaran untuk menghasilkan produk yang seragam. Secara keseluruhan produk disukai baik dari aspek rasa, warna, bentuk, tekstur dan aroma, sehingga direkomendasi untuk diimplementasikan dengan beberapa perbaikan supaya tampil lebih menarik lagi. Berdasarkan hasil validasi dari beberapa pakar terkait, maka produk direvisi, dan dikembangkan sehingga dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 3 . Formula Resep “ Sesame Wonder Stick Cokies”**

A (Konsep Produk)				B ( Produk Pengembangan)		
No.	Bahan Pokok	Ukuran	%	Pengembangan Bahan	Ukuran	%
1.	Tepung	700 gr	100	Tepung Trigu (segitiga)	600 gr	85,70
				Susu Bubuk	50 gr	7,14
				Maizena	50 gr	7,14
2	Margarine	500 gr	71,4	Butter	100 gr	14,30
				Margarine	400 gr	57,14
3.	Telur utuh	2 butir	14,3	Kuning telur	4 butir	14,30
4.	Gula Halus	250 gr	35,7	Gula Halus	100 gr	14,30
				Palm Suiker	150 gr	21,42
				Garam	½ sdt	0,35
				Wijen Putih	100 gr	14,3

Tabel di atas menggambarkan bahwa konsep produk mengalami perkembangan untuk mendapatkan produk dengan karakteristik rasa, warna dan tekstur yang lebih baik. Konsep produk 1 menunjukkan 100% tepung terigu (kolom A) dipecah komposisinya menjadi 85,7 % tepung terigu, 7,14% susu bubuk dan 7,14% maizena. ( kolom B) Demikian pula dengan bahan-bahan lain, dicari substitusiya , sehingga produk yang terlihat mewah, dengan cita rasa yang lebih baik. Demikian selanjutnya formula 2 dan formula 3 dapat ditunjukkan dalam tabel berikut.

**Tabel 4. Formula Resep “Havermout Honey Cookies”**

A (Konsep Produk)				B ( Produk Pengembangan)		
No.	Nama Bahan	Ukuran	%	Pengembangan Bahan	Ukuran	%
1	Tepung	550	100,00	Tepung trigu	300 gr	54,54
				Maizena	50 gr	9,09
				Havermout	200 gr	36,36
2.	Margarine	275	50,00	Butter	75 gr	13,63
				Margarine	200 gr	36,36
3.	Gula	200	36,36	Gula halus	150 gr	27,27
				Honey (madu)	50 gr	9,09
4	Telur	1 butir	9,09	Telur	1 butir	9,09
5.	Kacang sangrai	100 gr	18,18	Kacang sangrai	100 gr	18,18

6.	Soda kue	½ sdt	0,45	Soda kue	½ dt	0,45
7.	Garam	½ sdt	0,45	Garam	½ dt	0,45

Tabel 5. Formula Resep “*Havermout White Chocolate Cookies*”

A (Konsep Produk)				B ( Produk Pengembangan)		
No.	Nama Bahan	Ukuran	%	Pengembangan Bahan	Ukuran	%
1.	Tepung	475	100	Tepung trigu	125 gr	29,41
				Havermout	250 gr	26,31
				Maizena	100	21,05
2.	Margarine	250	52,63	Butter	75 gr	15,78
				Margarine	175gr	36,84
3.	Gula	300	63,15	Gula halus	300 gr	63,15
	Coklat putih	200	42,10	Coklat putih	200	42,10
4.	Telur	1 bt	10,52	Telur	1 bt	10,52
5.	Garam	½ sdt	0,52	Garam	½ sdt	0,52
6.	Soda kue	½ sdt	0,52	Soda kue	½ sdt	0,52



7.	Springkel ( serbuk gula)	50	10,52	Springkel ( serbuk gula)	50	10,52
----	--------------------------------	----	-------	-----------------------------	----	-------

#### 4. Analisis Biaya

Pada tahap ini dilakukan evaluasi terhadap keseluruhan rencana pengembangan, terutama yang berkaitan dengan kelayakan harga jual.

**Tabel 6. Perhitungan Biaya Resep “Sesame Wonder Stick Cookies”**

No	Nama Bahan	Ukuran	Biaya
1.	Tepung Trigu (segitiga)	1.200 gr	Rp. 6.000,00
2.	Maizena	100 gr	Rp. 600,00
3.	Susu Bubuk	100 gr	Rp. 5.000,00
4.	Butter	200 gr	Rp. 12.000,00
5.	Margarine	800 gr	Rp. 12.000,00
6.	Kuning telur	8 bt	Rp. 4.500,00
7.	Gula Halus	200 gr	Rp. 1.400,00
8.	Palm Suiker	300 gr	Rp. 4.500,00
9.	Garam	1 sdt	Rp. 50,00
10.	Wijen Putih	200 gr	Rp. 5.000,00
	<b>Jumlah</b>		<b>Rp. 51.050,00</b>

**Penetapan harga jual SESAME WONDER STICK COOKIES**

**dengan (Mark-up = 50 %)**

Berdasarkan Biaya Produk :

$$\begin{aligned}\text{Harga jual} &= \text{Biaya produk} + (\% \times \text{Biaya produk}) \\ &= \text{Rp. } 51.050,00 + (50\% \times \text{Rp. } 51.050,00) \\ &= \text{Rp. } 51.050,00 + \text{Rp. } 25.525,00 \\ &= \text{Rp. } 76.575,00 \text{ (harga keseluruhan)}\end{aligned}$$

Harga Jual *SESAME WONDER STICK COKIES* per-kg

$$= \text{Rp. } 76.575,00 : 2,5$$

$$= \text{Rp. } 30,630,00 \text{ ---- } \mathbf{\text{Rp. } 31.000,00 \text{ (pembulatan)}}$$

$$\text{Laba kotor} = \text{Rp. } 76.575,00 - \text{Rp. } 51,050,00 = \text{Rp. } 25.525,00$$

$$\text{Upah tenaga (30\%)} = 30 \% \times \text{Rp. } 25.525,00 = \text{Rp. } 7.675,5$$

Bahan bakar + penyusutan alat (20%)

$$= 20\% \times \text{Rp. } 25.525,00 = \text{Rp. } 5.105,0$$

$$\text{Laba bersih} = \text{Rp. } 25.525,00 - (\text{Rp. } 7.675,5 + \text{Rp. } 5.105,0)$$

$$= \mathbf{\text{Rp. } 12.744,5}$$

***Tabel 7. Perhitungan Biaya Resep “Havermout Honey Cokies”***

No.	Nama Bahan	Ukuran	Biaya
1	Tepung trigu	600 gr	Rp. 3.000,00
2.	Havermout	400 gr	Rp. 16.000,00

3.	Maizena	100 gr	Rp. 600,00
4.	Butter	150 gr	Rp. 9.000,00
5.	Margarine	400 gr	Rp. 6.000,00
6.	Gula halus	300 gr	Rp. 2.100,00
7.	Honey (madu)	100 gr	Rp. 5.000,00
8.	Telur	2 butir	Rp. 1.200,00
9.	Kacang tanah	200 gr	Rp. 1.800,00
10.	Soda kue	1 sdt	Rp. 250,00
11.	Garam	1 sdt	Rp. 50,00
<b>Jumlah</b>			<b>Rp. 55.000,00</b>

Penetapan harga jual **HVERMOUT HONEY COOKIES** dengan

**(Mark-up = 50 %)**

Berdasarkan Biaya Produk :

$$\begin{aligned}
 \text{Harga jual} &= \text{Biaya produk} + (\% \times \text{Biaya produk}) \\
 &= \text{Rp. 55.000,00} + (50\% \times \text{Rp. 55.000,00}) \\
 &= \text{Rp. 55.000,00} + \text{Rp. 27.500,00} \\
 &= \text{Rp. 82.500,00 (harga keseluruhan)}
 \end{aligned}$$

Harga Jual **HVERMOUT HONEY COOKIES** per-kg = Rp. 82.500,00 : 2

$$= \text{Rp. 41.250,00} \text{ ----- } \mathbf{\text{Rp. 41.500,00 (pembulatan)}}$$

$$\text{Laba kotor} = \text{Rp. 82.500,00} - \text{Rp. 55.000,00} = \text{Rp. 27.500,00}$$

Upah tenaga (30%) = 30 % x Rp. 27.500,00 = Rp. 8.250,00

Bahan bakar + penyusutan alat (20%)

= 20% x Rp. 27.500,00 = Rp. 5.500,00

Laba bersih = Rp. 27.500,00 – (Rp. 8.250,00 + Rp. 5.500,00)

**= Rp. 13.750,00**

**Tabel 8. Perhitungan Biaya Resep “ Havermot White Chocolate Cookies” (hasil jadi : 2000 gr)**

No.	Nama Bahan	Ukuran	Biaya
1.	Tepung terigu	250 gr	Rp. 1.250,00
2.	Maizena	200 gr	Rp. 1.200,00
3.	Havermout	500 gr	Rp. 20.000,00
4.	Butter	150 gr	Rp. 9.000,00
5.	Margarine	350 gr	Rp. 5.250,00
6.	Gula halus	600 gr	Rp. 4.500,00
7.	Telur	2 butir	Rp. 1.200,00
8.	Coklat putih	200 gr	Rp. 6.000,00
9.	Garam	1 sdt	Rp. 50,00
10.	Soda kue	1 sdt	Rp. 250,00

11.	Springkle	100 gr	Rp. 3.500,00
<b>Jumlah</b>			<b>Rp. 52.200,00</b>

**Penetapan harga jual *HAVERMOUT WHITE CHOCOLATE COOKIES* (Mark-up = 50 %)**

Berdasarkan Biaya Produk :

$$\begin{aligned}
 \text{Harga jual} &= \text{Biaya produk} + (\% \times \text{Biaya produk}) \\
 &= \text{Rp. 52.200,00} + (50\% \times \text{Rp. 52.200,00}) \\
 &= \text{Rp. 52.200,00} + \text{Rp. 26.100,00} \\
 &= \text{Rp. 78.300,00 (harga keseluruhan)}
 \end{aligned}$$

Harga Jual *HAVERMOUT WHITE CHOCOLATE COOKIES* per-kg

$$\begin{aligned}
 &= \text{Rp. 78.300,00} : 2 \\
 &= \text{Rp. 39.150,00} \text{ ----- } \mathbf{\text{Rp. 39.500,00 (pembulatan)}}
 \end{aligned}$$

$$\text{Laba kotor} = \text{Rp. 78.300,00} - \text{Rp. 52.200,00} = \text{Rp. 26.100,00}$$

$$\text{Upah tenaga (30\%)} = 30\% \times \text{Rp. 26.100,00} = \text{Rp. 7.830,00}$$

Bahan bakar + penyusutan alat (20%)

$$= 20\% \times \text{Rp. 26.100,00} = \text{Rp. 5.220,00}$$

$$\text{Laba bersih} = \text{Rp. 26.100} - (\text{Rp. 7.830,00} + \text{Rp. 5.220,00})$$

$$= \mathbf{\text{Rp. 13.050,00}}$$

5. Pengembangan dan Uji Produk

Setelah konsep produk direkomendasi untuk diimplementasi dengan beberapa saran perbaikan, selanjutnya dilakukan revisi produk. Konsep produk kemudian diuji dan dikembangkan. Pengujian produk dilakukan secara organoleptik untuk ke tiga produk yaitu (1) *Sesame Wonder Stick Cokies* (kue kering wijen, (2) dan *Havermout Honey Cokies*. (kue kering havermout madu), dan *Havermout White Cocolate Cokies* (kue kering havermout coklat putih). Hasil uji organoleptik terhadap 30 orang panelis dapat disajikan sebagai berikut:

**Tabel 9. Hasil Analisis terhadap konsep Produk yang Ditawarkan.**

No	Karateristik	Kode Sampel		
		221 (F1)	321 (F2)	421 (F2)
1	Rasa	2,00	2,03	2,10
2.	Bentuk	2,07	1,97	2,00
3.	Warna	2,23	2,30	2,00
4.	Tekstur	2,37	2,20	2,33
	Rata-rata	2,148	2,114	2,154
		(disukai)	(disukai)	(disukai)

Berdasarkan Tabel 2. dapat disimpulkan bahwa rerata uji kesukaan untuk ke tiga formula termasuk dalam kategori disukai. *Sesame wonder stick* termasuk produk yang paling disukai karena

rasa, aroma , warna dan tekstur, dan bentuk mempunyai rerata yang paling rendah yaitu 2,114.

6. Perumusan Produk yang dihasilkan menjadi resep standar, yang siap diimplementasikan.

Produk yang dihasilkan dapat disajikan dalam bentuk formula resep sebagai berikut:

**1) Formula Sesame Wonder Stick Cokies”**

Tabel 10. **Formula Sesame Wonder Stick Cokies”**

No	Nama Bahan	Ukuran	Persentase (%)
1.	Tepung Trigu (segitiga)	600 gr	85,70
2.	Susu Bubuk	50 gr	7,14
3.	Maizena	50 gr	7,14
4.	Butter	100 gr	14,30
5.	Margarine	400 gr	57,14
6.	Kuning telur	4 butir	14,30
7.	Gula Halus	100 gr	14,30
8.	Palm Suiker	150 gr	21,42
9.	Garam	½ sdt	0,35
10	Wijen Putih	100 gr	14,3

2) Formula Resep *Havermout Honey Cookies*”

Tabel 11. Formula Resep *Havermout Honey Cookies*”

No	Pengembangan Bahan	Ukuran	Persentase (%)
1.	Tepung trigu	125 gr	29,41
2.	Havermout	250 gr	26,31
3.	Maizena	100	21,05
4.	Butter	75 gr	15,78
5.	Margarine	175gr	36,84
6.	Gula halus	300 gr	63,15
7.	Coklat putih	200	42,10
8.	Telur	1 bt	10,52
9.	Garam	½ sdt	0,52
10	Soda kue	½ sdt	0,52
11	Springkel ( serbuk gula)	50	10,52

1) Formula Resep *Havermout Honey Cookies*”

Tabel 12. Formula Resep “*Havermout White Chocolate Cookies*”

No	Pengembangan Bahan	Ukuran	Persentase (%)
1.	Tepung trigu	125 gr	29,41
2.	Havermout	250 gr	26,31



3.	Maizena	100	21,05
4.	Butter	75 gr	15,78
5.	Margarine	175gr	36,84
6.	Gula halus	300 gr	63,15
7.	Coklat putih	200	42,10
8.	Telur	1 bt	10,52
9.	Garam	½ sdt	0,52
10	Soda kue	½ sdt	0,52
11	Springkel ( serbuk gula)	50	10,52

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **A. Simpulan :**

Berdasarkan tahapan pengembangan produk dapat ditarik beberapa

simpulan yaitu :

Strategi pengembangan produk dapat dilakukan meliputi tahap : (1) Pengembangan gagasan, (2) penyaringan gagasan, (3) pengembangan dan uji konsep, (4) analisis bisnis, (5) pengembangan dan uji produk, (6) perumusan produk.

1. Tahap pengembangan gagasan diawali dengan kajian literature dan identifikasi produk yang sudah ada.
2. Penyaringan gagasan dilakukan melalui standar yang ditetapkan yaitu standar organoleptik meliputi rasa, warna, bentuk, dan penampilan

yang disukai oleh panelis, unik karena produk tidak dijual dipasaran, sederhana artinya produk tidak rumit untuk diproduksi dalam jumlah banyak, bahan tersedia di pasaran. Berdasarkan hasil penyaringan gagasan ditetapkan 3 buah produk unggulan yaitu (1) *Sesame Wonder Stik Cokies* (kue kering wijen, (2) dan *Havermout Honey Cokies*. (kue kering havermout madu), dan *Havermout White Cocolate Cokies* ( kue kering havermout coklat putih).

3. Berdasarkan hasil uji konsep yang divalidasi oleh 3 orang pakar di bidang patiseri konsep 3 buah produk yang dihasilkan dapat diimplementasikan.
4. Berdasarkan perhitungan biaya dan BEP yang ditemukan harga jual produk *Sesame Wonder Stik Cokies* (kue kering wijen). Rp 34.000,-/kg , (2) dan *Havermout Honey Cokies*. (kue kering havermout madu), Rp 32.000,-/kg dan *Havermout White Cocolate Cokies* ( kue kering havermout coklat putih). Rp 32.000,-/kg
5. Hasil Uji Produk dapat diketahui bahwa ketiga produk ada dalam kategori disukai, dengan rata-rata nilai 2,148 ( produk 1) 2,114 (produk 2) dan 2,154 (produk 3)
6. Dihasilkan 3 jenis produk baru yang dapat distandarisasi untuk pengembangan produk unit produksi yaitu (1) *Sesame Wonder Stik Cokies* (kue kering wijen, (2) dan *Havermout Honey Cokies*. (kue kering havermout madu), dan *Havermout White Cocolate Cokies* ( kue kering havermout coklat putih).

## **B. Saran :**

1. Strategi pengembangan produk yang telah diujikan perlu dijadikan pola, sehingga unit produksi dapat selalu mengembangkan produknya sesuai dengan tuntutan pelanggan.

2. Strategi pengembangan produk yang telah diujikan bisa diterapkan untuk pengembangan usaha makanan yang lain, sehingga produk baru yang diluncurkan dapat dipertanggung jawabkan.
3. Produk yang dihasilkan masih bisa ditindak lanjuti dengan mengujian kadaluarsa.

## DAFTAR PUSTAKA

- .....Direktorat Pendidikan Menengah Kejuruan. (1994), *Buku Pedoman Penyelenggaraan Unit Produksi SMK*. Jakarta : Depdikbud.
- Basu Swasta dan Irawan. 2003. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta.: Liberty
- Harold McGee.2004. *On Food and Cooking: The Science and Lore of the Kitchen*, Scribner. New York.
- Pendidikan manajemen Multimedia. 2000. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. Jakarta
- Philip Kotler, Gary Amstrong. 1997. *Dasar-dasar Pemasaran* Jilid ke 1, Alih Bahasa Alexander Sindoro. Jakarta: Prehalindo.
- Philip Kotler,1997. *Marketing Manajemen.Analisis, Planning, Implementation and Control*,. USA : Printice-Hall.
- Pressman. RS. 2002. *Software engeneering: A practitioner's approach*. USA: Mc. Graw-Hill Book Company Inc.
- Siti Hamidah, 1996. *Patiseri*. Yogyakarta : PKK IKIP Yogyakarta
- Wayne Gisslen . 1983. *Profesional Cooking* . Canada: John Willey & Sons.

Slamet PH. (1996). *Pendidikan Unit Produksi Studi Pengembangan Bisnis Manajemen (SMEA) di Indonesia*. Yogyakarta: FPTK IKIP Yogyakarta.

Subijanto, (2004), *Teori Harga Faktor Produksi Ekonomi Makro*, Yogyakarta.

